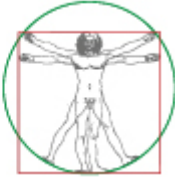


GIORNATA
NAZIONALE
MADEinITALY



Ministero delle Imprese
e del Made in Italy



FEDERAZIONE MODA ITALIA
CONFCOMMERCIO

MADE IN ITALY ?
SI, GRAZIE !
COMPRI FALSO ?
NO PERCHÈ...

COMPRA

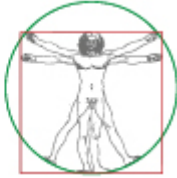
FEDERAZIONE MODA ITALIA



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

ORIGINALE

#GiornataMadeInItaly2024



MADE IN ITALY ? SÌ, GRAZIE... COMPRI FALSO ? NO PERCHÈ ...

Il Made in Italy rappresenta per la Moda e il nostro Paese un patrimonio che va tutelato e rilanciato perché «La Moda passa, lo Stile resta».

E noi italiani siamo maestri di stile nel mondo.

Con questo *Vademecum* “**Compra originale**”, Federazione Moda Italia-Confcommercio si rivolge al mondo delle imprese e ai consumatori per valorizzare il *Made in Italy* e contrastare il fenomeno della contraffazione attraverso:

1. **dieci consigli pratici** per evitare di cadere in tentazione verso un acquisto non consapevole e solo apparentemente a buon mercato. Si parte da un'elencazione di problematiche che riguardano i rischi per la salute in quanto molti prodotti contengono agenti chimici e solventi cancerogeni; per arrivare alle sanzioni anche per chi acquista prodotti falsi a partire da 100 euro fino a 7.000 euro;
2. sintetici elementi, tra letteratura e definizione di legge, per riconoscere il **valore del *Made in Italy*** nella Moda secondo il cosiddetto “**Country Effect**” (effetto ottenuto, nell'immaginario collettivo, da un prodotto realizzato in un certo luogo che ne identifica il Paese stesso) e la definizione del **Codice doganale europeo**.

MADE IN ITALY ? SI, GRAZIE...

«**COUNTRY EFFECT**» = Effetto ottenuto, nell'immaginario collettivo, da un prodotto realizzato in un certo luogo che ne attribuisce l'identità del Paese stesso¹.

Secondo una ricerca di *KPMG Advisory* il «brand» *Made in Italy* è il terzo marchio più riconosciuto al mondo dopo Coca Cola e Visa. Nell'attuale scenario di economia della "percezione", dove i marchi contano sempre di più, il Made in Italy rappresenta un asset con notevoli potenzialità nei processi di penetrazione commerciale delle nostre imprese:

- riconoscibilità
- eccellenza qualitativa
- estetica
- capacità di acquisire leadership globali in nicchie di mercato
- flessibilità

LA **MODA** RIENTRA TRA LE COSIDDETTE "QUATTRO A"
DEL *MADE IN ITALY*

1. Automazione
2. Abbigliamento - moda
3. Arredo e design
4. Alimentare

¹ Fonte: <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/06/it-Going-Global.pdf>

Il marchio “Made in Italy” è il risultato del “Saper Fare” italiano. Negozi, boutique, fashion store, con le loro vetrine e con i rapporti diretti con la clientela, sono **AMBASCIATORI della CULTURA del «Made in Italy» in Italia e nel mondo.** Negozi che costituiscono testimonianza della storia, dell’arte, della cultura, dello stile e della tradizione imprenditoriale italiana contribuendo alla valorizzazione del famoso ed apprezzato *italian style*.

INDICAZIONE DI ORIGINE O PROVENIENZA

L'indicazione dell'origine o provenienza di un prodotto di moda **NON È OBBLIGATORIA IN ETICHETTA.** Un'impresa ha, quindi, la **facoltà di apporre il marchio d'origine «Made in Italy»** sulla base due tipi di origine²:

1. **ORIGINE PREFERENZIALE**
2. **ORIGINE NON PREFERENZIALE**

- **L'ORIGINE PREFERENZIALE** viene conferita alle merci provenienti da determinati paesi quando soddisfano le regole di origine di cui ai relativi accordi preferenziali.
- **L'ORIGINE NON PREFERENZIALE** viene conferita se le merci sono "interamente ottenute" in un paese o, se due o più paesi intervengono nella fabbricazione di un prodotto, l'origine viene ottenuta dove le merci hanno subito l'ultima lavorazione o trasformazione sostanziale, economicamente giustificata, in un'azienda appositamente attrezzata per tale scopo, che ha come

² Fonte: https://www.adm.gov.it/portale/documents/20182/2870257/guidance-on-non-preferential-rules-of-origin_ita+finale.pdf/f122d326-0d1b-4431-857a-9380fc9131c7



risultato la fabbricazione di un prodotto nuovo o che rappresenta una fase importante della fabbricazione.

LA NORMATIVA EUROPEA DI RIFERIMENTO

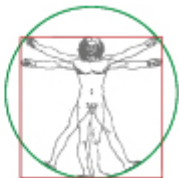
- **CODICE DOGANALE DELL'UNIONE** – CDU: Reg. UE 952/2013
- **DISPOSIZIONI INTEGRATIVE: REGOLAMENTO DELEGATO UE 2446/2015 – RD** per la determinazione dell'origine non preferenziale delle merci

Nel **Regolamento Delegato – RD** sono elencate una serie di attività di lavorazione o trasformazione dei materiali non originari per potersi fregiare del Made in per l'origine doganale non preferenziale.

LA NORMATIVA IN ITALIA

In Italia, il 27 dicembre 2023 è stata pubblicata la LEGGE 206/2023³ sulla valorizzazione, promozione e tutela del made in Italy che reca disposizioni organiche tese a valorizzare e promuovere, in Italia e all'estero, le produzioni di eccellenza, il patrimonio culturale e le radici culturali nazionali, quali fattori da preservare e tramandare non solo a fini identitari, ma anche per la crescita dell'economia nazionale nell'ambito e in coerenza con le regole del mercato interno dell'Unione europea.

³ Legge 206 del 27 dicembre 2023 recante «Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy», pubblicata in Gazzetta Ufficiale-Serie generale n. 300 del 27 dicembre 2023 https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-01-15&atto.codiceRedazionale=24A00002&elenco30giorni=false#:~:text=La%20presente%20legge%20reca%20disposizioni,economia%20nazionale%20nell'ambito%20e.



Tale legge prevede, tra l'altro, all'art. 10 la "Valorizzazione della filiera delle fibre tessili naturali e provenienti da processi da riciclo"; all'art. 11 le "Misure per la transizione verde e digitale nella moda"; l'istituzione all'art. 18 del "Liceo del made in Italy" e all'art. 19 della Fondazione «Imprese e competenze per il made in Italy»; all'art. 25 "Imprese culturali e creative" e all'art. 26 "Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale".

C'è poi un provvedimento normativo, la Legge 166/2009⁴, che identifica un prodotto realizzato interamente in Italia e classificabile come made in Italy se il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano.

La norma italiana prevede anche che chiunque faccia uso di un'indicazione di vendita che presenti il prodotto come interamente realizzato in Italia, quale «100% made in Italy», «100% Italia», «tutto italiano», in qualunque lingua espressa, o altra che sia analogamente idonea ad ingenerare nel consumatore la convinzione della realizzazione interamente in Italia del prodotto, ovvero segni o figure che inducano la medesima fallace convinzione, sia punito, ferme restando le diverse sanzioni applicabili sulla base della normativa vigente, con le pene previste dall'articolo 517 del codice penale, aumentate di un terzo.

Esempio di **FALSA INDICAZIONE**:

- indicazione in etichetta del "Made in Italy" su prodotti e merci non originari dall'Italia.

⁴ Fonte: https://www.tuttocamere.it/files/Archivio/2009_166.pdf

Esempio di **FALLACE INDICAZIONE**:

- l'uso di segni, figure, o quant'altro possa indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana incluso l'uso fallace o fuorviante di marchi aziendali”, anche nel caso in cui sia indicata l'origine e la provenienza estera dei prodotti o merci.

In base all'art. 517 del Codice Penale “l'importazione e l'esportazione a fini di commercializzazione ovvero la commercializzazione o la commissione di atti diretti in modo non equivoco alla commercializzazione di prodotti recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine” è punita con la reclusione per un massimo di due anni e la multa di 20.000 Euro.

La Legge RONCHI ha introdotto un inasprimento fino ad un terzo delle sanzioni previste dall'art. 517 C.P. in caso di illegittima apposizione del marchio d'origine sulla fabbricazione effettuata interamente in Italia (es. «100% made in Italy», «100% Italia», «tutto italiano»).

In Italia è prevista la Certificazione 100% Made in Italy da parte del ITPI (Istituto della Tutela dei Produttori Italiani)⁵, organismo nazionale iscritto al CNEL, con l'obiettivo di confermare il valore del prodotto di qualità di vera origine italiana, che viene rilasciata dall'Istituto di Tutela dei Produttori Italiani sulla base di specifici requisiti.

⁵ Fonte:<https://madeinitalycert.it/> ; www.madeinitaly.org

ETICHETTATURA PRODOTTI TESSILI E CALZATURE: COME EVITARE LE SANZIONI⁶

A seguito dell'entrata in vigore il 4 GENNAIO 2018 della nuova normativa (Decreto Legislativo n. 190 del 15 novembre 2017) sulla DISCIPLINA SANZIONATORIA sull'etichettatura delle CALZATURE e dei PRODOTTI TESSILI

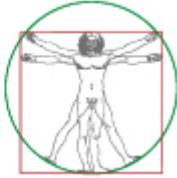
FEDERAZIONE MODA ITALIA **SUGGERISCE** alcune **RACCOMANDAZIONI** alle aziende del dettaglio MODA, in relazione ai possibili **CONTROLLI** effettuati dagli Enti incaricati dal Ministero dello Sviluppo Economico ed in particolare dalle Camere di Commercio.

COSA OCCORRE SAPERE

Per i **PRODOTTI TESSILI** (REGOLAMENTO UE 1.007/2011) è necessario che l'etichetta:

- sia in lingua italiana (es. "100% Cotone" e non "100 % Cotton", ad esempio in lingua inglese);
- contenga la composizione fibrosa con la denominazione della fibra scritta per esteso ("100% Cotone" e non "100 CO": il codice meccanografico non è ammesso) e la percentuale del peso indicata in ordine decrescente (es. "90% Cotone 10% Seta");
- trovi corrispondenza con quanto scritto nei documenti commerciali (es. nelle fatture ci deve essere il riferimento alla stessa percentuale di composizione fibrosa indicata in etichetta);

⁶ Fonte: <https://www.federazionemodaitalia.it/sos-etichettatura/>



- sia saldamente fissata al prodotto messo in vendita;
- indichi nome, ragione sociale o marchio ed anche sede legale del produttore/importatore (estremi del produttore ex art. 104 del D. Lgs. 206/2005 – Codice del Consumo e quindi l'indicazione della Via e della città);
- preveda, ove necessario, l'indicazione "Contiene parti non tessili di origine animale" qualora, ad esempio, si tratti di piumini, maglioni con toppe o inserti in pelle o scamosciati, bottoni in madreperla o corno naturale.

È poi fondamentale sapere che il fabbricante, l'importatore o il distributore che non forniscano sui siti web le indicazioni relative alla composizione fibrosa sono soggetti alla sanzione amministrativa pecuniaria da 1.500 a 20.000 euro.

Per chi vende **CALZATURE**, è importante sapere che:

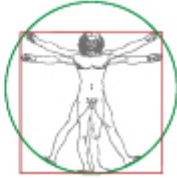
- il fabbricante o il suo rappresentante con sede nella UE deve apportare un'etichetta su almeno una delle calzature, che può contenere o simboli (la dimensione dei simboli deve essere sufficiente a rendere agevole la comprensione delle informazioni contenute nell'etichetta) o informazioni scritte in lingua italiana secondo le definizioni e le illustrazioni contenute nell'allegato I
- l'etichetta può essere stampata, incollata, gofrata o applicata ad un supporto attaccato;
- l'etichetta non deve indurre in errore il consumatore. A tal fine, nei luoghi di vendita al consumatore finale deve essere ESPOSTO, in modo chiaramente visibile, un CARTELLO illustrativo della simbologia adottata sull'etichetta (Federazione Moda Italia mette a disposizione – su richiesta – un "ESPOSITORE DA TAVOLO").

UTILIZZO DEI TERMINI “CUOIO”, “PELLE” E “PELLICCIA”

Sulla Gazzetta Ufficiale n. 160 del 26 giugno 2020 è stato pubblicato il DECRETO LEGISLATIVO n. 68 del 9 giugno 2020 su “Nuove disposizioni in materia di utilizzo dei termini «cuoio», «pelle» e «pelliccia» e di quelli da essi derivati o loro sinonimi e la relativa disciplina sanzionatoria, ai sensi dell’articolo 7 della legge 3 maggio 2019, n. 37 – Legge europea 2018” .

Il provvedimento regola l’immissione e la messa a disposizione sul mercato, dal 24 ottobre 2020, di prodotti con i termini, anche in lingua diversa dall’italiano, «cuoio», «pelle», «cuoio pieno fiore», «cuoio rivestito», «pelle rivestita» «pelliccia» e «rigenerato di fibre di cuoio», sia come aggettivi sia come sostantivi, anche se inseriti con prefissi o suffissi in altre parole o in combinazione con esse, ovvero sotto i nomi generici di «cuoiame», «pellame», «pelletteria» o «pellicceria».

I termini sopra citati, infatti, potranno essere utilizzati **ESCLUSIVAMENTE** per indicare materiali di **ORIGINE NATURALE**.



COMPRI FALSO? NO PERCHÈ ...

1. **Chi produce e chi vende un prodotto contraffatto** commette un reato penalmente rilevante
2. **Chi acquista un prodotto contraffatto**
 - ® è complice di un reato
 - ® mette a rischio la sua salute e quella dei suoi figli
 - ® alimenta la criminalità organizzata

MA L'ACQUISTO DI UN PRODOTTO CONTRAFFATTO È CONSAPEVOLE ?

Secondo una ricerca di *Confcommercio – Format Research*⁷ sul *sentiment* dei consumatori nei confronti dell'illegalità, dell'abusivismo e della contraffazione emerge che quasi un consumatore su tre (30,5%) ha acquistato un prodotto contraffatto o usufruito di un servizio illegale. Per la maggior parte dei consumatori la ragione principale degli acquisti illegali è di natura economica (70%) ed il 73% ha dichiarato di pensare che sia normale comprare contraffatto o da abusivi. Oltre il 90% dei consumatori ritiene è consapevole dei rischi dell'acquisto illegale e degli effetti negativi del fenomeno ed il 66,8% è informato sulle sanzioni. In crescita gli acquisti "incauti" sul web.

⁷ Fonte: Ricerca Confcommercio-Imprese per l'Italia, in collaborazione con Format Research, su illegalità, contraffazione e abusivismo presentata nella Giornata della Legalità di Confcommercio del 26 novembre 2019

Da un'indagine "Misuse of e-commerce for trade in counterfeits"⁸ (realizzata dall'ufficio Ue per la proprietà intellettuale - Euipo e dalla Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economici -Ocse risulta che il 56% dei sequestri doganali è frutto di e-commerce e che, nel 2021, sono stati bloccati sei milioni di account. La Cina è al primo posto con oltre il 75% di sequestri di prodotti contraffatti, seguita da Hong Kong (5,7 %), Turchia (5,6 %) e Singapore (3,3%).

I NUMERI

Stime della Banca Mondiale (*World Development Report*) ritengono che il volume d'affari della contraffazione nel mondo si aggiri intorno **500 miliardi di euro**.

Come descritto nel Rapporto 2018 del MISE⁹, la contraffazione ha un valore di mercato di **7 miliardi e 208 milioni di euro** (il 9,4% in più rispetto al 2012, quando era pari a 6 miliardi e 535 milioni). Valore confermato anche dall'ultima stima del Censis relativa all'anno 2020 pari a 6 miliardi e 319 milioni di euro con i prodotti di abbigliamento, gli accessori moda, le scarpe, la pelletteria, gli articoli sportivi sono quelli maggiormente interessati dalla contraffazione essendo al primo posto della speciale classifica per categoria merceologica: **2 miliardi e 386 milioni di euro** è il **fatturato del falso del solo comparto moda** in Italia con una percentuale del **33,1%** sull'intero fatturato del falso (nel 2020 per il Censis 2 miliardi e 19 milioni di euro, pari al 32% del totale della spesa).

⁸ Fonte: OCSE – Indagine sull'Uso improprio del commercio elettronico per la vendita di prodotti contraffatti pubblicato il 25 ottobre 2021 su <https://www.oecd.org/gov/illicit-trade/misuse-of-e-commerce-for-trade-in-counterfeits-1c04a64e-en.htm>

⁹ Fonte Rapporto 2018 su "Il valore economico e l'impatto fiscale della contraffazione" a cura del Ministero dello Sviluppo Economico Direzione Generale per la lotta alla contraffazione-UIBM

L'impatto sull'occupazione riguarda complessivamente **104mila posti di lavoro**¹⁰, di cui **38.000** nel solo **settore moda** (36,5% sul totale).

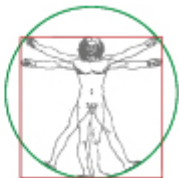
In base a stime del Censis, la contraffazione comporta importanti perdite per il bilancio dello Stato in termini di **mancate entrate fiscali**, tra imposte dirette sulle imprese e sul lavoro dipendente ed indirette. Il **mancato gettito complessivo** raggiunge i **5 miliardi e 935 milioni di euro**. Di questi, 4 miliardi e 179 milioni di euro sono ascrivibili ad IVA non versata, e 1 miliardo e 755 milioni a redditi da impresa (906 milioni di Ires e 329 di Irap) e da lavoro (520 milioni). Tale mancato gettito complessivo rappresenta circa il **2,3% del totale delle entrate dello Stato** accertate della stessa categoria.

La **Contraffazione** rappresenta, soprattutto in momenti di crisi dei consumi, un'inaccettabile forma di concorrenza sleale da parte della criminalità organizzata. Un'indagine di Format Research per Federazione Moda Italia del maggio 2019¹¹ svela che il **28% dei negozi di moda** vede la contraffazione come un **vero e proprio competitor**.

L'indagine Confcommercio del 28 marzo 2023 evidenzia che oltre **sei imprese su dieci** si sentono penalizzate dall'**abusivismo** e dalla **contraffazione** soprattutto per via della **concorrenza sleale** e della **riduzione del fatturato**. Il dato è più elevato al **Sud (68,9%)** e al **Nord Ovest (68,3%)**.

¹⁰ Fonte: Rapporto 2018 su "Il valore economico e l'impatto fiscale della contraffazione" a cura del Ministero dello Sviluppo Economico Direzione Generale per la lotta alla contraffazione-UIBM in collaborazione con il CENSIS (103.918 unità di lavoro a tempo pieno)

¹¹ Fonte: Ricerca di Format Research per Federazione Moda Italia su "La distribuzione del settore Moda in Italia" presentata a Roma il 24 giugno 2019



Secondo i dati del **Rapporto IPERICO 2022**¹² del Ministero dello Sviluppo Economico, tra il 2008 e il 2021 sono stati quasi **208 mila i sequestri** per contraffazione e circa **617 milioni i pezzi sequestrati** per un valore complessivo stimato di **oltre 5,9 miliardi di euro**.

La **Moda** si conferma al primo posto della speciale classifica dei prodotti maggiormente interessati dal fenomeno criminale: **Accessori** di abbigliamento (32,9%), **Abbigliamento** (22,4%) e **Calzature** (12,6%), pari al **67,9%** del totale dei sequestri, seguiti da Orologi e Gioielli (9,2%).

I pezzi sequestrati per contraffazione nel 2021 ammontavano a **31.061**, con un incremento rispetto al 2020 del 46,5%. Alle Altre Merci (78,9%), seguono l'**Abbigliamento** (10,5% del totale pezzi sequestrati), gli **Accessori di abbigliamento** (3,6%), Giocattoli e Giochi (3,2%), Apparecchiature elettriche (1,5%) e **Calzature** (1,4%).

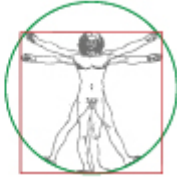
Il valore economico stimato dei prodotti sequestrati per contraffazione era pari a **56,6 milioni di Euro**, in crescita del 45% rispetto al 2020. Le categorie merceologiche per le quali si è registrato il maggior valore stimato di prodotti contraffatti sequestrati appartengono al settore Moda: **Accessori** Abbigliamento (30,0%), **Abbigliamento** (26,8%), Apparecchiature elettriche (18,8%) e **Calzature** (7,1%).

¹² Fonte Rapporto IPERICO - Il database integrato sull'attività di contrasto alla contraffazione realizzato dalla Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico: <https://www.uibm.gov.it/iperico/>

Nel **2021** il **numero dei sequestri per Contraffazione** effettuati da Guardia di Finanza e Agenzia delle Dogane, al netto delle operazioni congiunte, era pari a **14.309**.

Il **23%** è avvenuto in **Lombardia** (al primo posto con **3.297** sequestri pari al 30,3% del numero di sequestri nazionali annuali, con particolare attenzione all'area di **Milano** (53%) e **Bergamo** (22%) dove si è registrato il 75% dei sequestri lombardi seguita da **Lazio** con 1.804 sequestri (12,6%), **Puglia** con 1.731 sequestri (12,1%), **Sicilia** con 1.169 sequestri (8,2%), **Campania** con 1.007 sequestri (7,0%), Emilia Romagna con 948 sequestri (6,6%) e **Toscana** con 847 sequestri (5,9%).

Secondo l'indagine di Confcommercio, nel 2023 l'abusivismo commerciale costa alle imprese del commercio **9,1 miliardi di euro**; la **contraffazione 4,4 miliardi** ed il **taccheggio 4,8**.



10 MOTIVI PER CONVINCERTI A NON COMPRARE PRODOTTI FALSI

Sicurezza della salute

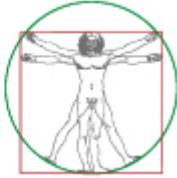
I prodotti contraffatti non seguono processi produttivi a norma di legge e controllati, con conseguenti inevitabili **rischi per la salute** di chi indossa o utilizza il prodotto contraffatto, causati da agenti chimici, coloranti e collanti (**allergenici o addirittura cancerogeni**), utilizzati nella lavorazione dei prodotti tessili, della pelletteria e delle calzature

Sanzioni

Acquistare prodotti falsi comporta una **sanzione per l'acquirente finale da 100 euro a 7.000 euro**

Qualità/prezzo

La qualità di un prodotto contraffatto corrisponderà al prezzo pagato dal consumatore sia in termini di scarsa fattura dello stesso, sia per la mancanza di garanzie di qualità, di assenza di difetti e di assistenza post vendita



Fisco

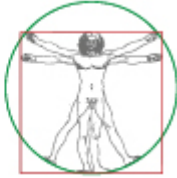
L'industria del falso produce un danno allo Stato, sottraendo all'erario una quota significativa di gettito a causa della **diminuzione delle entrate, dell'evasione fiscale e di quella contributiva**

Occupazione

Contraffazione ed abusivismo contribuiscono allo sfruttamento della **manodopera clandestina**, del lavoro **sommerso** e del lavoro **minorile** sottraendo importanti spazi all'economia regolare

Concorrenza sleale

Vengono **danneggiati gli imprenditori che pagano le tasse. Quegli imprenditori che producono** nel rispetto delle leggi ed investono in ricerca, sviluppo, innovazione ed immagine; **quegli imprenditori che vendono nei negozi tradizionali** prodotti originali e *Made in Italy* con valore pari a quelli delle false griffe. **Un mercato senza legge è un mercato fuori legge**



Ricadute sociali

Sono rilevanti i danni in termini di **mancanza di sicurezza nei luoghi di lavoro**, delle tutele dei lavoratori occupati nell'industria del falso e nella vendita abusiva di prodotti taroccati (**assenza di tutele sanitarie, previdenziali, per infortuni sul lavoro, per orari e salubrità dei luoghi di lavoro**)

Aspetto penale

Contraffazione ed abusivismo sono troppo spesso ed a torto considerati **“reati minori”**.

Criminalità

Contraffazione ed abusivismo **alimentano la malavita ed arricchiscono la criminalità organizzata**

Aspetto etico-sociale

è evidente **l'assenza della cultura della legalità ed un inaccettabile atteggiamento assolutorio verso chi compra**

I CONSIGLI DI FEDERAZIONE MODA ITALIA

CONTROLLA IL PREZZO

Un prezzo troppo basso rispetto al prezzo di mercato dello stesso prodotto è il primo indicatore che deve mettere in allerta dall'acquisto di prodotti falsi

PRESTA ATTENZIONE ALL'ETICHETTA

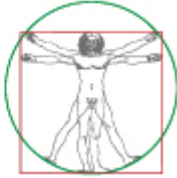
L'etichetta rappresenta la carta d'identità di un prodotto di moda. Dall'etichetta è possibile scoprire i "furti d'identità"

COMPRA SOLO NEI NEGOZI DI FIDUCIA E NEI SITI SICURI

Il prodotto deve poter essere visto, toccato e provato nei negozi fisici e illustrato nei particolari in quelli virtuali

RECUPERA INFORMAZIONI SUL VENDITORE E SUI PRODOTTI, PRIMA DI EFFETTUARE UN ACQUISTO IN SITI NON CONOSCIUTI

La pessima reputazione di un venditore in qualsiasi canale di vendita è spesso un indicatore essenziale per una scelta consapevole.



DIRITTI DI INFORMAZIONE E DI RECESSO NELLE VENDITE ON LINE

Nel caso di **compravendita a distanza** (e, ad esempio, nella frequentissima **vendita on-line**), il consumatore ha una serie di **diritti supplementari rispetto a quelli rintracciabili nella vendita ordinaria**.

E' previsto, infatti, un diritto di **recesso *ad nutum* entro 14 giorni** di tempo **dalla consegna del bene (cioè senza fornire alcuna spiegazione al venditore) e senza dover sopportare alcun costo**.

Il venditore è inoltre soggetto ad **obblighi informativi** (ad esempio: sull'esistenza del diritto di recesso, sulle modalità di pagamento, ecc...).